



Centro Universitário de Brasília – UniCEUB Faculdade de  
Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas

**Maria Eduarda de Proença Rosa Patriota**

## **O impacto da tecnologia móvel no relacionamento interpessoal da Geração Z.**

Brasília/DF  
Junho, 2015

**Maria Eduarda de Proença Rosa Patriota**

**O impacto da tecnologia móvel no relacionamento interpessoal da Geração Z.**

**Trabalho apresentado à Faculdade de  
Tecnologia e Ciências Sociais  
Aplicadas do UniCEUB – FATECS,  
como requisito para a obtenção de  
grau de Bacharel em Comunicação  
Social com Habilitação em  
Comunicação e Marketing do Uniceub  
– Centro Universitário de Brasília.**

**Professora Flor Marlene Enriquez  
Lopes**

Brasília/DF  
Junho, 2015

**Maria Eduarda de Proença Rosa Patriota**

**O impacto da tecnologia móvel no relacionamento interpessoal da Geração Z.**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FATECS, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Propaganda e Marketing do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

**Brasília, 18 de Junho de 2015.**

**Banca Examinadora**

---

**Prof. Flor Marlene Enriquez Lopes**

---

**Prof. André Ramos**

---

**Prof. Rogério Gimenes**

*Dedico este trabalho a duas pessoas que nunca deixaram de acreditar em mim. Ao meu noivo Guilherme, obrigada pela dedicação imensurável, pelo apoio infinito e por me dar força nos momentos mais difíceis. E ao meu melhor amigo Leonardo, obrigada por todos esses anos de amizade, essa experiência não seria a mesma sem você. Essa é a nossa vitória.*

## RESUMO

O presente ensaio teve por objetivo principal ilustrar e compreender as principais características da sociedade pós-industrial dando ênfase ao crescimento da tecnologia móvel por intermédio da globalização da informação e do surgimento das redes sociais. O trabalho visa analisar a essência dos grupos de pessoas nascidas em épocas distintas, principalmente a *Geração Z*, e os fenômenos tecnológicos da sociedade contemporânea. A partir deste entendimento, foram apresentados hipóteses e resultados dos reflexos e panoramas do impacto causado no comportamento dos jovens da nova geração por conta do uso excessivo da tecnologia móvel no âmbito mercadológico, social e pessoal.

Palavras-Chave: Sociedade pós-industrial. Tecnologia Móvel. Redes Sociais. Geração Z. Segunda Tela.

## Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. 1 A SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL E OS AVANÇOS TECNOLOGICOS.....	9
3. 2 ÚLTIMAS GERAÇÕES E SEUS ASPECTOS.....	12
4. 3 REFLEXOS E PANORAMAS.....	18
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	24
6. REFERENCIAS.....	25

## INTRODUÇÃO

Com os avanços tecnológicos das telecomunicações houve um redirecionamento, focando o papel da comunicação dentro de um ambiente virtual. Este redirecionamento modificou, não só os veículos e canais de mensagem, como também, trouxe acontecimentos para a esfera não conectada. A nova geração encontra-se na Era da Informação ou na chamada Sociedade do Conhecimento. Esta é caracterizada pela ampliação do acesso à informação e evolução das ferramentas tecnológicas utilizadas nos novos meios de comunicação. (BELL, 1974).

A tecnologia movél é um dos principais meios de comunicação e vem se desenvolvendo rapidamente, disparada por uma série de acontecimentos tecnológicos como: elevação das redes sociais (principal motivo) e mobilidade dos dados. Ferramentas inovadoras, como *smartphones* e *tablets*, surgiram conforme aumentou-se a demanda da sociedade por maior facilidade na comunicação e no uso da internet, oferecendo, também, possibilidades multiuso como: fotos, vídeos, aplicativos e etc.

A nova geração de pessoas nascidas na década de 90 (Geração Z) desenvolveu-se em um período de grandes avanços tecnológicos e acompanhou diária e ativamente o desenvolvimento dos novos meios de comunicação. Essa convivência cotidiana facilitou o processo de assimilação do funcionamento dessas novas tecnologias. Isso resultou em maior ambientação na hora de manusear os aparelhos de forma orgânica, inclusive em momentos em que a atenção é dividida com outras formas de comunicação. É comum, por exemplo, que pessoas dessa geração, simultaneamente, assistam à televisão, utilizem o celular e estejam conectados na internet. Contudo, nos tempos de hoje, nota-se uma mudança considerável na forma de se relacionar socialmente. A simultaneidade e a universalidade das conexões digitais têm interferido negativamente no modo em que a nova geração se comunica, dificultando o desligamento do mundo virtual para o mundo real e, conseqüentemente, interferindo no comportamento do dia a dia e nas formas de comunicação. Essas mudanças ocorrem tanto em âmbito interpessoal como organizacional.

O presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo principal analisar o surgimento dos novos meios de comunicação (sobretudo a tecnologia *mobile*), o reflexo da nova geração na Sociedade do Conhecimento e o impacto dos avanços tecnológicos na sociedade contemporânea.

Ao longo dos anos, houve uma mudança considerável na forma com que as pessoas de hoje em dia se comunicam. Com o desenvolvimento das novas tecnologias, os meios de comunicação evoluíram e causaram grande impacto na sociedade atual. De acordo a Jenkins (2009) o mundo está passando por um processo de convergência, e ele define esta palavra como algo que “consegue definir transformações tecnológicas, mercadologias, culturais e sócias”. Os meios antigos tiveram que se adaptar e conviver com os meios em crescimento, e assim como seus usuários. Por sua vez, a convergência impacta a forma como consumimos essas novas fontes de comunicação.

*Um adolescente fazendo a lição de casa pode trabalhar ao mesmo tempo em quatro ou cinco janelas no computador: navegar na internet, ouvir e baixar arquivos MP3, bater papo com amigos, digitar um trabalho e responder e-mails, alternando rapidamente as tarefas. (JENKINS, 2009).*

A Geração Net<sup>1</sup> desenvolveu-se com o acompanhamento desta convergência. É uma geração com outra visão do mundo, pois para eles, essas tecnologias modernas sempre fizeram parte da natureza humana. Pela primeira vez, os jovens se sentem mais confortáveis, experientes e alfabetizados do que os seus pais com uma inovação fundamental para a sociedade. E é através do uso da mídia digital que a Geração Net irá desenvolver e sobrepor a sua cultura sobre o resto da sociedade. (TAPSCOTT, 2009)

Porém, muito tem se falado das consequências impostas pelo uso excessivo destas novas ferramentas. Apesar de ser uma geração com vantagens e oportunidades únicas, são adolescentes com deficiência no âmbito comunicacional. Eles se isolaram em um mundo virtual, dificultando o contato físico e convivência social. A

---

<sup>1</sup> Geração denominada por Dan Tapscott em seu livro *Grown Up Digital*



preferência pela socialização digital é maior entre esses jovens, e tal fato ocorre de maneira não perceptível.

Desta forma, este ensaio é relevante por explorar um tema da atualidade e de grande importância para a sociedade. Logo mais estes jovens serão inseridos no mercado de trabalho, alterando as formas tradicionais da convivência social e proporcionando visões inovadoras e revolucionárias para o mundo. Tornando necessário o conhecimento deste fenômeno.

## **1 A SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL E OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS**

A sociedade denominada pós-industrial é a que passou por várias mudanças econômicas específicas no fim do século XIX, após o processo de industrialização. Este conceito foi desenvolvido ao comparar-se os atributos da sociedade industrial aos da pré-industrial. A sociedade do tipo pré-industrial é essencialmente agrária. O seu poder está associado à propriedade da terra, com foco em produções artesanais, sem linha de produção, e na produção em massa. Já a sociedade industrial é produtora de bens e mecanicamente regulada, surgida a partir da transformação da natureza do trabalho, com a chegada da energia elétrica e das máquinas. Por fim a sociedade pós-industrial é caracterizada pelo crescimento do setor de serviços. (BELL, 1974).

Neste setor de serviços, o que vale não é a força manual, e nem apenas a energia, mas sim a informação. Esta exige mais habilidades mentais do que manuais, sendo o foco não somente a produções de bens e sobrevivência, mas também, a qualidade da existência. Qualidade que pode ser avaliada por indicadores de serviços e conforto como: saúde, educação, lazer e artes. A sociedade pós-industrial prioriza aspectos como qualidade de vida, a busca pelo desenvolvimento intelectual e a capacidade de realizar diferentes tarefas de maneira simultânea. Esta sociedade absorve cerca de 60% da mão de obra no setor de serviços, o que reflete a sua diferenciação da anterior, orientada à especialização mecanicista. (LUCCI, 2008)

A sociedade pós-industrial passou, então, a ser conhecida como a Sociedade de Informação ou Conhecimento. Para Crawford (1994) é importante distinguir informação de conhecimento:

*Um conjunto de coordenadas da posição de um navio ou o mapa do oceano são informações, a habilidade para utilizar essas coordenadas e o mapa na definição de uma rota para o navio é conhecimento. Quando você diferencia informação de conhecimento é muito importante ressaltar que informação pode ser encontrada numa variedade de objetos inanimados, desde um livro até um disquete de computador, enquanto o conhecimento só é encontrado nos seres humanos. [...] Somente os seres humanos são capazes de aplicar desta forma a informação através de seu cérebro ou de suas habilidosas mãos. A informação torna-se inútil sem o conhecimento do ser humano para aplicá-la produtivamente. Um livro que não é lido não tem valor para ninguém. [...]*

A nova sociedade é fruto da relação existente entre o uso intenso da informação, conhecimento e a tecnologia. Esta última marcou o progresso, em especial nos meios de comunicação, tornando-se praticamente indispensável na vida do homem moderno. (BORGES, 2008). Ela esteve sempre presente na realidade humana, marcando épocas importantes na história de sua sobrevivência. É da natureza humana buscar a melhoria de sua qualidade de vida. Isto poder ser visto em exemplos marcantes como: o domínio do fogo, que permitiu que os alimentos fossem cozidos ao invés de comidos crus; ou a fabricação de instrumentos rústicos de pedra, osso e madeira, que se aperfeiçoaram concomitante aos avanços tecnológicos. Resumindo, tecnologia é a união da engenhosidade humana com a ciência, que busca beneficiar a produção industrial. (KENSKI, 2003).

A sociedade contemporânea está presenciando um novo momento tecnológico. O crescimento das possibilidades de comunicação e informação por conta dos novos equipamentos eletrônicos como o telefone, a televisão e o computador, alteraram a forma de se viver e aprender na atualidade. Assim, o comportamento social e pessoal de todo um determinado grupo é transformado pelo predomínio de determinado tipo de tecnologia. Não é por acaso, que Kenski (2003) considera que todas as eras e gerações foram tecnológicas à sua maneira e apesar de nem todos os produtos utilizados cotidianamente serem associados a ela, o

pensamento humano, mesmo expresso em simples objetos, tende a obter soluções tecnológicas criativas para sanar suas dificuldades.

Por intermédio da citada necessidade de melhoria de vida, essência do ser humano, surgiu a tecnologia *móvil* (conhecida também como móvel). Esta consiste em uma das faces da modernização dos meios de comunicação, desenvolvida junto à recente sociedade pós-industrial. Em paralelo à sociedade da informação e devido à crescente necessidade de praticidade, mesmo que de maneira inconsciente, houve demanda por tecnologias que pudessem acompanhar o ritmo diário das pessoas, ajudando-as a obter informações a partir de qualquer lugar. Os aparelhos *móviles* começaram a se popularizar a partir desta demanda, não tanto pelo seu intuito original, mas pela modernização dos modelos. Modernização que permitiu o acesso à internet por estes dispositivos, provendo mobilidade e praticidade, indispensáveis na era da informação. (ALCANTARA, 2011).

Tecnologia móvel é definida como a maneira de acesso à internet e outros recursos computacionais por intermédio de dispositivos móveis, como: celulares, *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, dentre outros. (ALCANTRA, 2011). O interesse crescente das pessoas pela mobilidade, fácil acesso às informações e a conexão interpessoal impulsionaram a internet móvel a se estruturar e expandir rapidamente, adaptando-se à modernidade e necessidades dos usuários finais e organizações. Informação esta, complementada por Squirra (2012) ao afirmarem que as mídias móveis possuem características de interatividade e portabilidade que proporcionam maior flexibilidade no processo de comunicação.

Grande parte da evolução dos aparelhos pode ser atribuída à globalização da informação pela internet. Cada vez mais esses aparelhos móveis evoluem e incorporam mais funcionalidades, se tornando mais parecidos com computadores, porém de maneira mais pessoal. Os aparelhos são utilizados e personalizados de acordo a preferência de um único usuário, coisa que não acontece, necessariamente, com os computadores. Considerando-se este ponto de vista, pode-se dizer que eles têm contribuído no processo de inclusão digital pela sua ubiquidade e por fornecerem as mesmas funcionalidades que um computador a preços mais acessível. (LEMOS, 2009)

Ao mesmo tempo, há outro fator essencial para o entendimento deste crescimento repentino: o surgimento das redes sociais. Uma rede social é definida

como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais). (WASSERMAN, FAUST, 1994). Essas redes sociais, tais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* e *Foursquare* popularizaram ainda mais o uso dos dispositivos móveis, dando surgimento ao termo RSM - Redes Sociais Móveis. RSM pode ser conceituada como um subgrupo das Redes Sociais, constituído pelo acesso à partir de dispositivos móveis com tecnologias de comunicação sem fio. (TELES, 2013). A pesquisa IBOPE/YouPix de julho de 2013<sup>2</sup> afirma que hoje em dia, 78% da população conectada acessa redes sociais e 25% dos usuários utilizam os smartphones como ponto de acesso principal.

Desta maneira, torna-se possível o acesso, a publicação e o compartilhamento dos conteúdos criados ou obtidos por intermédio dos dispositivos móveis com objetivo de fomentar a exploração das relações sociais. Como exemplo mais marcante, o número de usuários do *Facebook* passou de 680 milhões, em 2012, para mais de 1 bilhão, em março de 2015. (FACEBOOK, 2015)

## 2 ÚLTIMAS GERAÇÕES E SEUS ASPECTOS

Atualmente, muito se tem falado da "Geração Z", nomenclatura citada por especialistas como Don Tapscott (2009) e Daniel P. Serrano (2010), que representa os jovens conectados em rede, nascidos concomitantemente à rede mundial de computadores, a partir da década de 90. Essa classificação, contudo, não é inovadora, pois essa classe de definições já vinha sendo utilizada para rotular as gerações anteriores, cada uma delas com características específicas. Para o desenvolvimento do tema, é necessário, primeiro, definir o conceito de geração. Ferreira (1999) conceitua a palavra geração como o "conjunto de indivíduos nascidos na mesma época", porém, esta definição não esgota as particularidades e acontecimentos vividos pelos diferentes grupos de pessoas nas épocas distintas.

---

<sup>2</sup> 1 YOUPIX. *8 revelações sobre o comportamento do jovem digital segundo o ibope*. Julho, 2013. Disponível em: <<http://youpix.virgula.uol.com.br/festival/8-revelacoes-sobre-o-comportamento-do-jovem-digital-segundo-o-ibope/>> Acesso em: 7 maio. 2015.

O conceito de geração foi primeiro aplicado para os chamados "*Baby Boomers*", composta, esta, pelas pessoas nascidas entre os anos de 1945 e 1961. Esse termo, expressão inglesa que pode ser livremente traduzida como explosão de bebês, surgiu a partir da grande explosão populacional ocorrida na época, com o final da segunda guerra mundial. Acadêmicos explicam essa característica de aumento da reprodução e crescimento populacional como resposta da natureza humana às ameaças e perigos em determinados períodos de tempo. Consistem em uma geração que possui renda mais consolidada, padrão de vida mais estável e preferência por produtos de maior qualidade. Ponto marcante é o seu uso pelas experiências passadas como guia para o futuro, dificilmente influenciados por terceiros e tendo grau de firmeza e maturidade elevados em suas decisões. (SERRANO, 2010)

A próxima geração, composta pelos nascidos entre os anos 1960 e 1980, é denominada "Geração X". Esta sendo formada pelos filhos dos "*Baby Boomers*". Um estudo realizado pela jornalista britânica Jane Deverson (2010), junto ao correspondente americano Charles Hamblet (2010), consolidou o termo, tornando-o significativo, apesar de tentativas de usá-lo em outros âmbitos. Essa geração, em sua juventude, era considerada rebelde e difícil de controlar. Mesmo com comportamento fora dos padrões da sociedade e pensamentos considerados não usuais, era uma juventude revolucionária. Suas principais características são: busca pela individualidade sem a perda da convivência em grupo; maturidade e escolha de produtos de qualidade; ruptura com as gerações anteriores; maior valor a indivíduos do sexo oposto; busca por seus direitos; respeito a família menor que o de outras gerações e; procura por liberdade. É possível enxergar, apenas comparando as duas gerações apresentadas, uma mudança no padrão de comportamento nitidamente influenciada pela época vivida. (SERRANO, 2010).

A subsequente é a chamada "geração Y", também conhecida como geração do milênio. Há conflitos entre os estudiosos do tema a respeito do período exato que compreende os nascidos nesta geração. A geração Y consiste dos consumidores nascidos entre os anos de 1977 e 1994, possuidores de grande poder de compra e impacto sem precedentes na economia moderna. (FERRIS, 2002). Tapscott (2009)

vai ao encontro dessa definição e acrescenta serem estes "tecno-alfabetizados"<sup>3</sup>, e experientes em diferentes tipos de mídia.

Para o desenvolvimento do presente artigo, será utilizado este último lapso temporal. Esta geração cresceu juntamente ao desenvolvimento das novas tecnologias, conhecendo, apenas, o mundo onde o acesso a informação não tem restrições. Isto os tornou multitarefas e inovadores. Suas principais características são: estarem sempre conectados; procurarem informação fácil e imediata; preferirem computadores a livros; preferirem e-mails a cartas; digitarem ao invés de escrever; viverem em redes de relacionamento; compartilharem dados, fotos, hábitos e; estarem sempre em busca de novas tecnologias. (FARIS, 2002)(TAPSCOTT, 2009).

O conceito a respeito da chamada nova geração do milênio, para alguns, ainda não está completamente formalizado. Enquanto Hawkins e Schmit (2008) consideram os nascidos entre 1991 e 2001 como integrantes da "Geração Z", para Serrano (2010) não se trata de uma classificação por época, mas sim pela evolução dos traços dos comportamentos das gerações anteriores:

*A letra Z indica uma geração de indivíduos preocupados, cada vez mais com a conectividade com os demais indivíduos de forma permanente.*

*Assim, se as gerações anteriores se conectavam com o seu mundo através de um computador de mesa, a nova geração passou a ficar constantemente disponível e conectada através de dispositivos móveis. A noção de grupo passa a ser virtual. Cada pessoa passa a ter o seu vídeo game, a sua TV, o seu celular e o seu equipamento de som. Isto muda a forma de comportamento e relacionamento social sobremaneira, já que até então, essas formas de diversão, entretenimento ou comunicação eram coletivas. (SERRANO, 2010).*

A ideia defendida por Serrano (2010) é que apenas houve uma evolução das características principais da juventude passada. Sendo a revolução móvel o fator mais relevante desta evolução. A maior característica desta geração seria a utilização de altos níveis tecnológicos para conquistas acadêmicas, permitindo

---

<sup>3</sup> Jovens alfabetizados por tecnologia. (TAPSCOTT, 2009)

aprendizagens customizadas para acelerar as oportunidades de conquistas. Estes jovens cresceriam em um ambiente computadorizado de mídia sofisticada, se tornando mais experientes e autodidatas em internet que os seus antecessores da geração Y. São representantes desta geração, os nascidos a partir do ano de 1995. É nesse contexto que se encontram os jovens da atualidade, os chamados "nativos digitais". (SCHROER, 2004).

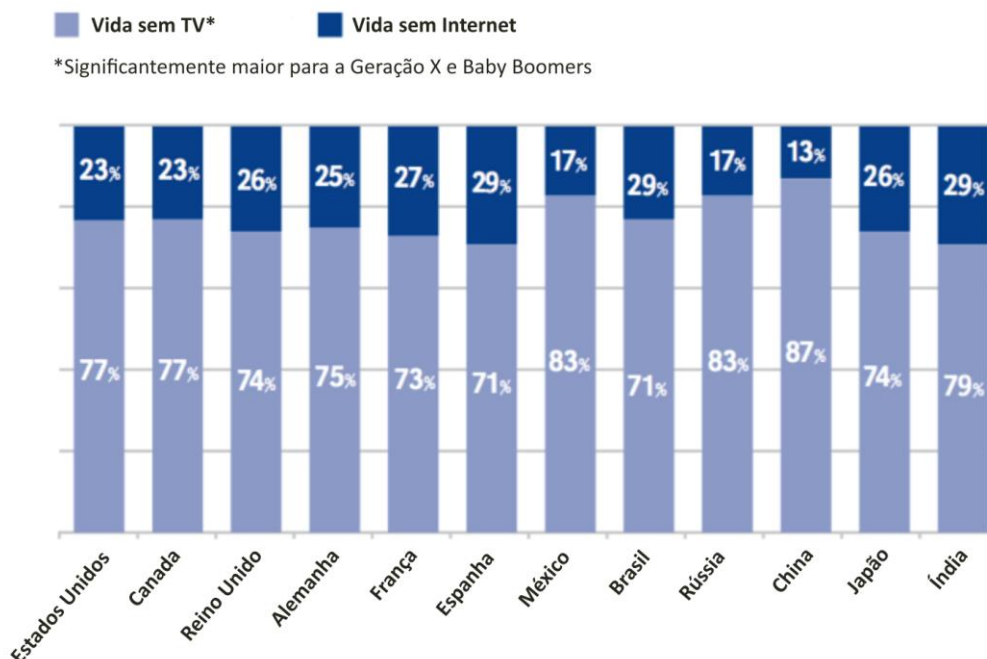
Nativos digitais, termo cunhado e popularizado pelo consultor educacional Marc Prensky em seu artigo de 2001 "Digital Natives, Digital Immigrants", refere-se aos integrantes da geração Z. Estes já têm como as maiores prioridades do dia-a-dia o celular e a internet. De acordo a uma pesquisa do IBOPE realizada em 2010<sup>4</sup>, 82% dos entrevistados têm computador com acesso à internet, superando a geração anterior. Também é constatado que 60% possuem telefone celular. Especula-se, ainda, um aumento nesses números, pois em 2010, quando a pesquisa foi aplicada, o público alvo ainda tinha entre 12 e 19 anos. É esperado que, atualmente, 5 anos após a realização da pesquisa, o poder aquisitivo e a necessidade por consumo móvel tenha aumentado junto com a idade desse grupo.

Mesmo tendo a geração anterior presenciado a revolução tecnológica, o impacto nada se compara com o vivenciado pela geração Z. Esta não conhece uma realidade sem internet, o que dificulta o desligamento da vida *on-line* para a *off-line* gerando profundas transformações na sociedade. Tapscott (2009) apresenta pesquisa de 2008 realizada pela "*The Net Generation: A Strategic Investigation*" onde se perguntou aos integrantes da nova geração o tipo de mídia que estes não podem viver sem (Figura 2.1):

---

<sup>4</sup> ROCHA, Camilo. *Em 2013, Brasil vira "potencia" das redes sócias*. Estadão. São Paulo. 2013. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,em-2013-brasil-vira-potencia-das-redes-sociais-imp-1111960>> Acesso em: 15 maio 2015.

Figura 2.1 - Escolha entre vida sem TV ou sem Internet



Fonte: The Net Generation: A Strategic Investigation, nGera, 2008

Fonte: The Net Generation: A Strategic Investigation, © nGenera, 2008

A resposta obtida não se mostra surpreendente, de acordo com o que vem sendo desenvolvido no artigo. Um exemplo relevante dessa mudança de paradigma é o surgimento do conceito de segunda tela (*second screen*). A partir do uso das tecnologias móveis, os nascidos no novo milênio estão, em todos os momentos, acompanhados por aparelhos eletrônicos. Isto permite o acesso ilimitado à informações com apenas um rápido movimento, atraindo o mercado que enxergou nesse possível "vício" de uso da segunda tela uma grande oportunidade de negócios.

Ainda que não oficial, o conceito de segunda tela vem sendo utilizado pelo diretor executivo da MESA - *Media and Entertainment Services Alliance* - e da *2nd Screen Society*, Guy Finley<sup>5</sup>. Para Guy, este conceito consiste na interação entre a televisão e o celular, onde permite a interação ao vivo ao mesmo tempo em que o programa de TV vai ao ar. (WOLK, 2015). Tal conceito foi aplicado, por exemplo, em

<sup>5</sup> Informação retirada do artigo MACHADO, F., Filho. *Segunda tela: Você ainda vai ter uma?* Revista da SET. São Paulo. No 133. Maio/jun. 2013. Disponível em: <<http://www.set.org.br/artigos/ed133/pg84.pdf>> Acesso em: 11 maio 2015



programas como os Oscars de 2014. Wolk (2015) considerou excelente o trabalho desenvolvido pela equipe responsável pelos Oscars pela atualização constante de seu *feed* de notícias nas plataformas móveis mostrando fotos nos bastidores, assim como informações em tempo real e conteúdos especiais, engajando a audiência e promovendo interação. É previsto que já no próximo ano essas atualizações serão encaminhadas para empresas especializadas, gerando atividade em tempo real e provando que a segunda tela é ferramenta valiosa para a indústria da televisão.

A segunda tela consolidou o laço, já existente, entre as pessoas e aparelhos. Jenkins (2009) explica que os casais japoneses, com o aumento da presença dos celulares, relacionam-se entre si o dia inteiro. Graças às facilidades trazidas pelos aparelhos móveis, mesmo vivendo em lugares distantes, os casais estão presentes no dia-a-dia um do outro. Em contrapartida, a convivência presencial vem se tornando mais difícil e menos frequente. Quanto mais tempo as pessoas interagem virtualmente, menor atenção e prioridade darão para o convívio físico, ato apelidado de "*telecocooning*". Seguindo Jenkins (2009):

*Cocooning (do inglês "cocoon", Casulo) é um termo cunhado nos anos 1990 para definir a tendência ao isolamento social nas últimas décadas: as pessoas preferem ficar em casa a interagir socialmente, o aparecimento de novas tecnologias, como a internet, acentuou essa tendência.*

Outro ponto de vista a ser observado, é que por conta destes estímulos tecnológicos, o tempo de concentração das pessoas diminuiu consideravelmente. (JENKINS, 2009). Pesquisa realizada pela empresa Microsoft no Canadá<sup>6</sup> relatou que em 2000 o tempo médio de atenção das pessoas em determinada atividade era de 12 segundos. No ano de 2013 esse tempo diminuiu para 8 segundos, se assemelhando ao de um peixe-dourado. De acordo a pesquisa, o fator principal para esse fenômeno é a revolução móvel. Os dados da pesquisa corroboram a tese de que o uso da segunda tela cresce tanto na geração atual quanto nas anteriores.

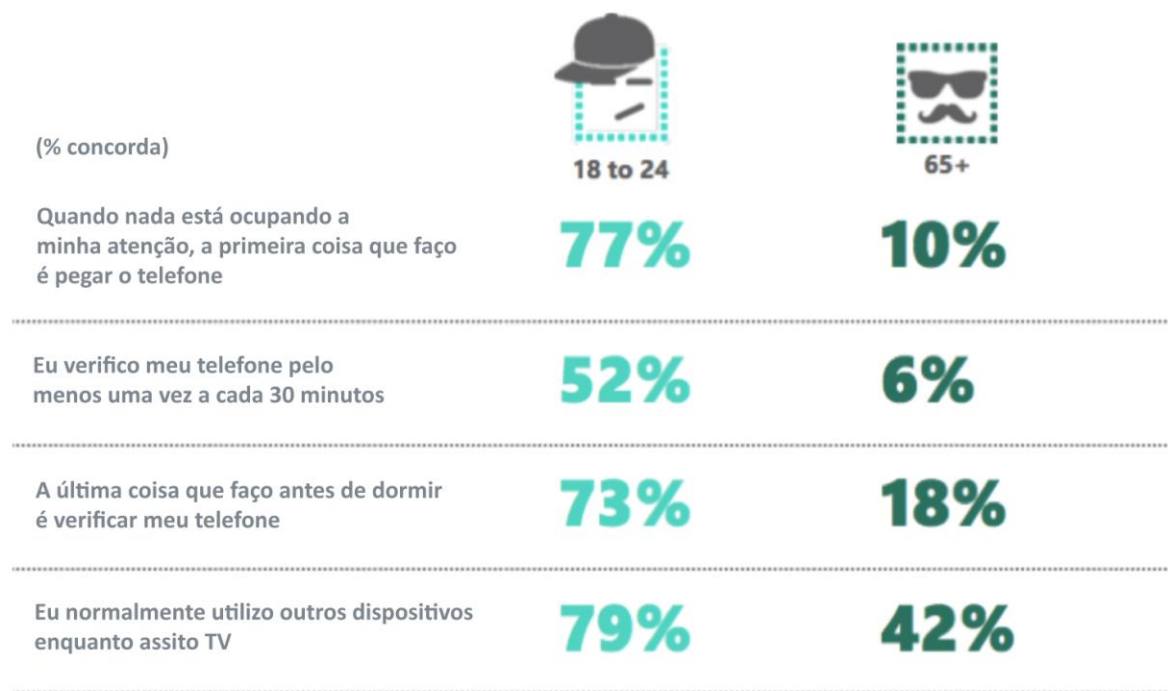
Porém, na geração Z canadense, esse efeito se mostra mais marcante, de acordo com estes dados. No grupo da nova geração do milênio, pelo menos 77% afirmaram que a primeira coisa que fazem quando nada prende a sua atenção é

---

<sup>6</sup> GAUSBY, Alyson. *Attention Spans: Consumer Insights*, Microsoft Canada. 2015. Disponível em: <<http://advertising.microsoft.com/en/cl/31966/how-does-digital-affect-canadian-attention-spans>> Acesso em: 11 maio 2015.

acessar o celular, contra 18% dos entrevistados com mais de 65 anos (*baby boomers*). Ao mesmo tempo, 73% dos jovens afirmam checar o telefone ser a última coisa que fazem antes de dormir, contra 18% do grupo mais idoso, de acordo com a Figura 2.2

Figura 2.2 - Comportamento dos jovens Canadense



Fonte: Microsoft Attention Spans, Spring 2015.

Estes dados comprovam as mudanças no comportamento da nova geração em comparação com as anteriores e o quanto são afetadas pela imersão no mundo conectado dos dispositivos móveis. Observa-se, a partir deste fenômeno, que os jovens estão ficando melhores em processar e memorizar informações. É uma geração que gosta de ser estimulada e tem capacidade de multitarefa (*multitasking*), tornando-se mais flexível do que as das décadas passadas. São jovens com capacidade crítica apurada, alto nível de exigência e certeza de seus objetivos.

O doutor professor em comunicação Dado Schneider<sup>7</sup>, que estuda o comportamento dessa geração, afirma que estes "enxergam o mundo diferente. Sua relação com o tempo é outra, é online, a maneira como lidam com hierarquias e a autoridade, enfim, tudo é diferente para a geração deste milênio e as organizações devem se inspirar nela". (MENDONÇA, 2015). Esse ponto de vista, tratando-os como futura fonte de mão de obra para as empresas reconhece que a hierarquia e autoridade ainda causam bastante confusão aos nascidos na geração Z.

A disponibilização dessa nova fonte de mão de obra exige que o mercado se adapte ao comportamento dos novos profissionais. O professor afirma não os considerar arrogantes, mas que eles apenas sabem exatamente o querem. Prevê, ainda, que:

*Diferentemente da geração X (nascidos entre o fim de 1960 e 1980), que aceita as normas do trabalho e da Geração Y (nascidos entre 1980 e 1995), que finge que aceita, eles são bastante maduros, assertivos e vão ser os chefes da geração Y em poucos anos. (MENDONÇA, 2015)*

### 3 ÚLTIMAS GERAÇÕES E SEUS ASPECTOS

Nos dias atuais, os limites entre os mundos virtual e real vêm se confundindo, cada vez mais, no cotidiano dos adolescentes. Estes que fazem parte da geração Z, que cresceu e se desenvolveu no auge da revolução tecnológica, conhecendo o mundo virtual de maneira íntima. Machado (2010) utiliza o termo "Sociedade Virtualizada" para descrever o ambiente em que as novas gerações se encontram. Afirma serem os adolescentes de hoje "diferentes, porém iguais" aos das gerações que os antecederam. O componente essencial da diferença entre elas é a potencialização nas mudanças comportamentais advinda dos novos recursos

---

<sup>7</sup> MENDONÇA, Heloísa. *Conheça a Geração Z: nativos digitais que impõe desafios às empresas*. São Paulo. 2015. Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/m/brasil/2015/02/20/politica/1424439314\\_489517.html](http://brasil.elpais.com/m/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html)> Acesso em: 11 maio 2015.

tecnológicos e não tanto uma alteração biológica. Apenas possuem uma maneira de viver nova, com hábitos e costumes ainda relativamente desconhecidos:

*Ora, a capacidade de imaginar, de viver momentaneamente em um plano irreal, não é exclusiva da geração contemporânea! Não é de hoje que as crianças brincam e imaginam que são outras pessoas e que estão em lugares distantes, Inventar histórias, criar mundos fantásticos, são coisas que fazemos desde que passamos a nos sentar ao redor de uma fogueira. O que o plano virtual de hoje faz é potencializar as nossas reuniões, de modo que a comunidade ao redor da fogueira se tornou imensa. E, com um número maior de pessoas opinando, o debate pode ficar muito mais produtivo e criativo. (MACHADO, 2010).*

Para o autor, esse plano virtual permite o desenvolvimento da imaginação e conhecimento por meio de discussões influentes.

*Vejam: pode ficar! Pois muitos debates ocorrem entre indivíduos imersos em seus próprios mundos virtuais, que encerram qualquer discussão em que seus pontos de vista sejam questionados simplesmente clicando no X, no canto superior direito da tela. Querem a homogeneidade e não as diferenças que potencializam o desenvolvimento de novas ideias (MACHADO, 2010).*

Tal aprofundamento tecnológico em âmbito comportamental é explicado por Anderson e Rainie (2012). Os pesquisadores afirmam que o cérebro humano é biologicamente programado para adaptar-se ao que for necessário para garantir a sobrevivência nos mais variados ambientes. Porém, apenas conseguirá vantagem no mercado de trabalho do futuro o indivíduo que tenha a capacidade de absorver, de forma elástica, informações de diversas fontes, sintetizando-as de maneira que se possa tomar decisões rapidamente, em detrimento de sua internalização. Sendo assim, o desenvolvimento de técnicas e mecanismos para rápida alternância de foco será útil para o estímulo da criatividade, fomentando a capacidade de encontrar

soluções diferentes para variados problemas. Essa é a evolução da espécie humana, considerando o caos como seu habitat natural, os *screenagers*<sup>8</sup> aceitam e reconhecem as inúmeras transformações pelas quais a sociedade passa, mas não estão preocupados com um final determinístico ou com respostas precisas para as incertezas que as novidades suscitam. (RUSHKOFF, 1999).

Por outro lado, tais características podem apresentar um lado negativo. A capacidade de foco da atual geração não é característica integrante de sua personalidade, o que pode gerar profissionais dispersos. É tendência que "esse jovem trabalhe em mais de um projeto ao mesmo tempo e que não priorize a ascensão da carreira, preferindo mais experiências em áreas diferentes". (CATHO, 2012). A geração atual apresenta dificuldade em lidar com hierarquia e autoridade. Ao possuírem intimidade com o uso da internet, local que fomenta debates e discussões, se comunicam de forma mais imediata, sem intermediários, quebrando o princípio da hierarquia: "por terem a ideia de que é possível falar com qualquer um a qualquer hora, ao chegarem em uma empresa, não veem as relações de forma hierarquizada". Sentem-se, desta maneira confiantes a se comunicarem diretamente com o diretor da companhia, mesmo enquanto estagiários, algo impensável para um *baby boomer*. (CATHO, 2012).

Esta "hyperconectividade", termo inventado por Anabel Quan-Hase e Barry Wellman (2001) para definir disponibilidade das pessoas em comunicar-se a qualquer hora em qualquer lugar, trouxe oportunidades ainda não existentes que vêm transformando o mercado de trabalho. (WELLMAN, 2001). Fora o uso da segunda tela, há a possibilidade de se trabalhar de maneira remota, a partir, apenas, de um ponto de internet. A sede da Best Buy<sup>9</sup>, por exemplo, trocou o seu regime de horários para um ambiente orientado a resultados. O que significa os funcionários poderem trabalhar a qualquer hora e em qualquer local, contanto que os resultados definidos sejam atingidos. Tal ambiente de trabalho propicia oportunidades nunca antes vistas aos jovens das novas gerações, fomentado pela facilidade, mobilidade e rapidez que a tecnologia oferece.

---

<sup>8</sup> Conforme conceituado por Doulgas Rushkoff (1999) um *screenager* é um adolescente que passa muito tempo em frente a uma tela de computador.

<sup>9</sup> STEVENSON, Seth. *Don't go to work*. Slate. Nova Iorque. 2014. Disponível em: <[http://www.slate.com/articles/business/psychology\\_of\\_management/2014/05/best\\_buy\\_s\\_rowe\\_experiment\\_results\\_only\\_work\\_environments\\_actually\\_be.html](http://www.slate.com/articles/business/psychology_of_management/2014/05/best_buy_s_rowe_experiment_results_only_work_environments_actually_be.html)> Acesso em: 11 jun. 2015.

Porém, nem todo avanço em relação a essa mudança de paradigma é visto como positivo pelas gerações anteriores. “A linguagem adotada no mundo virtual requer habilidades de escrita rápida para esta geração *net*, o que cria uma solução intermediária de comunicação, provocando muita preocupação aos estudiosos”. Os jovens, imersos no mundo virtual, criaram uma espécie de tribo, com sua linguagem própria. O crescente uso das redes sociais contribui para essa imersão que acaba por limitar o raciocínio destes jovens. Nessa limitação inclui-se a dificuldade no processo de alfabetização, preterido pela linguagem online extremamente abreviada, o que diminui o hábito da escrita correta. (AMARAL, 2003)

Quase tudo na internet é abreviado em códigos ou símbolos que modificaram completamente a forma culta da escrita, como, por exemplo, "Og" no lugar da palavra "hoje", "v6s" no lugar da palavra "vocês" e "9da10" no lugar da palavra "novidades". Para Freitas (2005):

*a maioria das características do pensamento e da expressão fundadas no oral é relacionada com a interiorização do som. As palavras pronunciadas são ouvidas e internalizadas. Com a escrita, precisa-se de outro sentido: a visão. As palavras não são mais ouvidas, mas vistas: entretanto, o que se vê não são as palavras reais, mas símbolos codificados, que evocam na consciência do leitor palavras reais; o som se reduz ao registro escrito. A abreviação aumenta a velocidade da troca de informação, porém, nem sempre repassada da maneira ideal.*

A velocidade da troca de informações é tão alta e os jovens têm acesso a tudo e em tão pouco tempo que se tornaram uma geração de pessoas impacientes. A demanda por gratificação instantânea está em todos os aspectos da vida dos adolescentes. Empresas desenvolveram logística de entrega no mesmo dia das compras, aplicativos de *smartphones* eliminam a espera por transporte e reservas de restaurantes, filmes e seriados de televisão são baixados ou requisitados sob demanda em fração de segundos. Uma das maiores consequências da presença constante da tecnologia da informação é a expectativa do imediatismo e a redução no nível de tolerância entre as pessoas. (ANDERSON e RAINIE, 2012). É mais provável que os jovens dessa geração busquem caminhos mais rápidos e fáceis na

resolução de problemas, os chamados "*quick fixes*"<sup>10</sup>, em detrimento do mais longo, onde investigam-se causas e efeitos dos problemas afim de fundamentar a resposta mais adequada. Contudo, não são apenas os integrantes da geração Z que passam por essa mudança de comportamento. (ANDERSON e RAINIE, 2012).

Os hábitos de 6.7 milhões de usuários de internet foram examinados para descobrir quanto tempo os usuários esperavam por um vídeo começar. (SIARAMN e KRISHNAN, 2012). Concluiu-se que em 2 segundos os usuários começam a abandonar o vídeo, depois de 5 segundos a porcentagem de abandono é de 25%, ao chegar a 10 segundos, metade já abandonou. Esse entendimento vai ao encontro de Janakiraman (2011) que afirma não ser nova a necessidade por gratificação instantânea, contudo, ele diz que a expectativa do que é instantâneo se alterou para algo de menor duração e, como resultado, a paciência para esperar tornou-se menor.

Por outro lado, não são apenas a falta de paciência e necessidade por gratificação instantânea as únicas mudanças de comportamento vista por especialistas no assunto. A habilidade de se comunicar e lidar com situações na vida real mudou bastante, esta, provavelmente, uma das maiores mudanças vistas nessa geração. Os *screenagers*, termo utilizado por Rushkoff (1999) para definir uma geração de adolescentes com capacidade de dominar as telas, vivem uma realidade em que preferem enviar mensagem a fazer ligações telefônicas. Atualmente, 63% dos adolescentes mandam mensagens para se comunicar uns com os outros todos os dias enquanto apenas 39% fazem ou recebem ligações diariamente. A comunicação cara-a-cara ainda tem a sua importância, mas de acordo a pesquisa, os jovens de hoje se encontram com menos frequência do que antigamente. Houve uma diminuição na quantidade de adolescentes que se encontram diariamente, 33% em 2009 contra 25% em 2012. Percebe-se, a partir da pesquisa que os encontros diários migraram para encontros eventuais durante a semana, de 28% em 2009 para 37% em 2012. (LENHART, 2012).

Os humanos são, por natureza, seres sociais e a necessidade de interagir continua existente, o que mudou foi a forma. A preferência pelo *texting* visto nas pesquisas mencionadas acima, demonstra que os adolescentes estão deixando, aos poucos, de interagir fisicamente. O cérebro humano tem capacidade de adaptação

---

<sup>10</sup> Traduzido livremente como solução imediata.

podendo ser moldado conforme sua utilização. (ANDERSON e RAINIE, 2012). Entretanto, o desuso de alguma parte do cérebro reflete em uma possível perda de informações. E, por conta desta falta de prática com a interação cara-a-cara, os jovens da geração Z estão perdendo a habilidade de interpretar expressões faciais, desenvolvendo a chamada ansiedade social. (GEYER, 2012)

A ansiedade social é definida como a combinação de medo, apreensão e preocupação que as pessoas sentem quando antecipam a incapacidade de causar uma boa impressão nos outros, particularmente em encontros com estranhos em locais públicos. Indivíduos com ansiedade social fazem menos ligações telefônicas, preferindo enviar mensagens. Estes acreditam que é uma forma superior de conseguir se expressar e manter contato de forma mais íntima. A superutilização da tecnologia móvel tem contribuído para que essa geração Z seja incluída no perfil. (REID & REID, 2007). Os efeitos desta tecnologia dependem das necessidades dos indivíduos. Definem a utilização do aparelho celular como dois tipos: uso normal e uso problemático. Enquanto o primeiro é restrito à real necessidade do indivíduo de comunicar-se, o segundo decorre da incapacidade desse indivíduo limitar a utilização à esta real necessidade. (ARSLAN & ÜNAL, 2013).

Alguns estudos indicaram que a utilização problemática dos telefones móveis têm efeitos negativos. O grupo que faz uso problemático sofre mais por sintomas relacionados à depressão, ansiedade, baixa autoestima além de sentirem maior dificuldade em expressar emoções, quando comparados ao outro grupo. (HA, et. al., 2008). Para Şar (2013) o uso problemático tem relação proporcional direta com o tempo de conversa. Por outro lado, o tempo maior diminui a sensação de solidão em adolescentes. As interações cara-a-cara são associadas a níveis mais baixos de solidão enquanto o uso maior de telefone celular foi associado com maiores níveis de solidão. (JIN & PARK, 2012)( TAKAO, TAKAHASHI, & KITAMURA, 2009).

Os efeitos do uso intensivo da tecnologia são contínuos e cabe aos pesquisadores os avaliarem com base na realidade presente, que é mutável. De acordo com Rushkoff (1999):

*está ficando difícil distinguir entre o físico e o digital, o científico e o espiritual, o mundano e o mágico. Não porque exista um conjunto de diferenças que não conseguimos perceber, mas porque eles estão íntima e indistintamente relacionados.*



Sendo assim, nenhum instrumento ou tecnologia inventada pelo homem deve ser taxada de imediato como positiva, negativa, certa ou errada. A utilização dessa tecnologia é que deve ser julgada a partir de regras éticas. (FASCIANI, 1998).

## **CAPÍTULO 4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A geração Z ainda está em formação. Apesar de alguns traços comportamentais já estarem definidos, ela ainda é relativamente nova e apresenta possibilidades infinitas. É composta por jovens dinâmicos e com uma visão nada tradicional do mundo. O período do avanço tecnológico que eles acompanharam foi um momento de grande descobertas. Os meios de comunicação evoluíram, facilitando cada vez mais as relações interpessoais, em diversos lugares do mundo e em qualquer momento, dando a mobilidade necessária para o acompanhamento da rotina humana nos tempos atuais.

O presente artigo teve como objetivos acompanhar a evolução da geração Z e compreender, de forma mais completa, a mudança de comportamento gerada pela interação excessiva da tecnologia móvel. A proposta inicial era avaliar a forma como esta geração interage socialmente, uns com os outros, porém, por ainda se tratar de um assunto atual e contínuo formar uma opinião conclusiva se tornou uma tarefa difícil.

As opiniões são divididas entre os especialistas. Uns enxergam as oportunidades de aprendizado com os nativos digitais como sendo fonte ilimitada de criatividade e inovação ao adaptarem-se aos novos meios de comunicação. Para outros, este fenômeno tem criado adolescentes dispersos, preguiçosos e sem nenhuma habilidade de interação social.

Conforme constatado nos dados coletados, os jovens de hoje têm maior preferência pelo contato virtual em detrimento do contato físico. (LENHART, 2012). De fato, a interação física tem se mostrado decrescente, resultando em jovens com dificuldades em conviverem socialmente, além de problemas emocionais, como ansiedade social e solidão. Porém, apesar disto, os jovens não deixaram de se

comunicar. Eles apenas criaram formas alternativas de se relacionar, criando um novo paradigma da interação social.

Com isso conclui-se que os objetivos apresentados neste trabalho foram alcançados, permitindo um melhor entendimento dos relacionamentos contemporâneos e as consequências desta ocorrência. Sugere-se o acompanhamento da evolução dessas características comportamentais como proposta para trabalhos futuros, o que permitirá, a partir de evidências conclusivas, caracterizar, definitivamente, a geração objeto de análise.

## REFERÊNCIAS

- ALCANTARA, Carlos A. A., VIEIRA, Anderson L. N. *Tecnologia móvel: uma tendência, uma realidade*. 2011. Disponível em: <<http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1105/1105.3715.pdf>> Acesso em: 7 maio. 2015.
- AMARAL, Sérgio Ferreira. *Internet: novos valores e novos comportamentos*. In: SILVA, Ezequiel Theodoro (Coord). *A Leitura nos Oceanos da Internet*. São Paulo: Cortez, 2003.
- ANDERSON, Janna e RAINIE, Lee. *Millennials will benefit and suffer due to their hyperconnected lives*. Washington, DC. 2012. Disponível em: <<http://www.pewinternet.org/2012/02/29/millennials-will-benefit-and-suffer-due-to-their-hyperconnected-lives/>> Acesso em: 14 maio 2015.
- ARSLAN, A., & ÜNAL, A.T. (2013). *Examination of cell phone usage habits and purposes of education faculty students*. International Journal of Human Sciences, v. 10, p. 182-201. 2013
- BELL, Daniel. *O Advento da Sociedade Pós-Industrial*. São Paulo: Cultrix, 1974.
- BORGES, Maria Alice Guimarães. *A informação e o conhecimento como insumo ao processo de desenvolvimento*. Revista Ibero-americana de Ciência da Informação (RICI), Brasília, v.1 n.1, p.175-196, jul./dez. 2008.
- CATHO. *Início*. São Paulo. 2012. Disponível em: <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/gestao-rh/como-lidar-com-a-geracao-z>> Acesso em: 15 maio 2015.
- CRAWFORD, Richard. *Na era do capital humano*. São Paulo: Atlas, 1994.
- FACEBOOK. Disponível em: <<http://newsroom.fb.com/company-info/>> Acesso em: 7 jun. 2015
- FARRIS, R. et al. *Generation Y: purchasing power and implications for marketing*. Academy of Marketing Studies Journal. v. 6, n. 2, p. 89-101, jan./jul. 2002.
- FASCIANI, Roberto. *Novas tecnologias informáticas, mass media e relações afetivas*. In: PELUSO, Angelo. Org. *Informática e Afetividade: A evolução tecnológica condicionará nossos sentimentos?* Bauru: EDUSC, 1998.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
- FREITAS, Maria Teresa de A. COSTA, Sérgio Roberto. *Leitura e escrita de adolescentes na internet e na escola*. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

GAUSBY, Alyson. *Attention Spans: Consumer Insights*, Microsoft Canada. 2015. Disponível em: <<http://advertising.microsoft.com/en/cl/31966/how-does-digital-affect-canadian-attention-spans>> Acesso em: 11 maio 2015.

GEYER, Megan. *Youths prefer texting to talking: What lies in store for generation Z*. 2012. Disponível em: <<https://megangeyer.wordpress.com/2012/06/05/youths-prefer-texting-to-talking-what-lies-in-store-for-generation-z/>> Acesso em: 22 maio 2015.

HA, Jee. H., et. al. *Characteristics of excessive cellular phone use in Korean adolescents*. CyberPsychology & Behavior, v. 11, No. 6, p. 783-784. 2008.

HAWKINS, Peter e SCHMIT, Lucinda. *Gen Z: digital natives*. 2008. Disponível em: <<http://www.essentialkids.com.au/entertaining-kids/games-and-technology/gen-z-digital-natives-20080716-3g5p.html>> Acesso em: 11 maio 2015.

JANAKIRAMAN, Narayan. *The Psychology of Decisions to Abandon Waits for Service*. Journal of Marketing Research Article Postprint, 2011. Disponível em: <[http://opim.wharton.upenn.edu/risk/library/J2011JMR\\_NJ-RM-SH\\_psychology\\_of\\_decisions.pdf](http://opim.wharton.upenn.edu/risk/library/J2011JMR_NJ-RM-SH_psychology_of_decisions.pdf)> Acesso em: 20 maio 2015.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência: a colisão entre os velhos meios de comunicação*. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JIN, B., & PARK, N. *Mobile voice communication and loneliness: Cell phone use and the social skills deficit hypothesis*. New Media & Society. P. 1–18, 2012.

KENSKI, Vani M. *Educação e Tecnologias - O Novo Ritmo Da Informação*. São Paulo: Papirus, 2003.

LEMO, A. Josgrilberb, F. *Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: EDUFBA, 2009.

LENHART, Amanda. *Teens, Smartphones & Texting*. Washington, DC. 2012.

Disponível em: <[http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP\\_Teens\\_Smartphones\\_and\\_Texting.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP_Teens_Smartphones_and_Texting.pdf)> Acesso em: 22 maio 2015.

LUCCI, Elian A. *A Era Pós-Industrial, a Sociedade do Conhecimento e a Educação para o Pensar*. 2008. Disponível em: <<http://www.hottopos.com/vidlib7/e2.htm>> Acesso em: 5 maio. 2015.

MACHADO, F., Filho. *Segunda tela: Você ainda vai ter uma?* Revista da SET. São Paulo. No 133. Maio/jun. 2013. Disponível em: <<http://www.set.org.br/artigos/ed133/pg84.pdf>> Acesso em: 11 maio 2015

MACHADO, Vitor B. *Diferentes, porém iguais*. Rio de Janeiro. 2010. Disponível em: <<http://www.contee.org.br/noticias/artigos/art508.asp>> Acesso em: 14 maio 2015

MENDONÇA, Heloísa. *Conheça a Geração Z: nativos digitais que impõe desafios às empresas*. São Paulo. 2015. Disponível em:

<[http://brasil.elpais.com/m/brasil/2015/02/20/politica/1424439314\\_489517.html](http://brasil.elpais.com/m/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html)>  
Acesso em: 11 maio 2015.

REID, Donna. J., & REID, Fraser. J. M. *Text or talk? social anxiety, loneliness, and divergent preferences for cell phone use*. CyberPsychology & Behavior, v. 10, No 3, p. 424-435. 2007.

ROCHA, Camilo. *Em 2013, Brasil vira "potencia" das redes sócias*. Estadão. São Paulo. 2013. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,em-2013-brasil-vira-potencia-das-redes-sociais-imp-1111960>> Acesso em: 15 maio 2015.

RUSHKOFF, Douglas. *Um jogo chamado futuro*. Rio de janeiro: Revan, 1999

ŞAR, Ali H. *Examination of loneliness and mobile phone addiction problem observed in teenagers from the some variables*. The Journal of Academic Social Science Studies. v.6, No. 2, p.1207-1220, 2013.

SCHROER, William J. *Generations X,Y, Z and the Others - Cont'd*. 2004. Disponível em: <<http://www.socialmarketing.org/newsletter/features/generation3.htm>> Acesso em: 10 maio 2015.

SERRANO, Daniel P. *Geração Z*. 2010. Disponível em: <[http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Geracao\\_X\\_Geracao\\_Y\\_Geracao\\_Z.htm](http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Geracao_X_Geracao_Y_Geracao_Z.htm)> Acesso em: 9 maio 2015.  
SITARAMAN, Hamesh K. , KRISHNAN, S. Shunmuga. *Video Stream Quality Impacts Viewer Behavior: Inferring Causality Using Quasi-Experimental Designs*. Boston, MA, Nov 2012. Disponível em: <[https://people.cs.umass.edu/~ramesh/Site/HOME\\_files/imc208-krishnan.pdf](https://people.cs.umass.edu/~ramesh/Site/HOME_files/imc208-krishnan.pdf)> Acesso em: 20 maio 2015.

SQUIRRA, Sebastião C., FEDOCE, Rosângela S. *A tecnologia móvel e os potenciais da comunicação na educação*. 2012. Disponível em: <[http://www.logos.uerj.br/PDFS/35/20\\_logos35\\_tema\\_livre\\_squirra.pdf](http://www.logos.uerj.br/PDFS/35/20_logos35_tema_livre_squirra.pdf)> Acesso em: 7 maio. 2015.

STEVENSON, Seth. *Don't go to work*. Slate. Nova Iorque. 2014. Disponível em: <[http://www.slate.com/articles/business/psychology\\_of\\_management/2014/05/best\\_buy\\_s\\_rove\\_experiment\\_can\\_results\\_only\\_work\\_environments\\_actually\\_be.html](http://www.slate.com/articles/business/psychology_of_management/2014/05/best_buy_s_rove_experiment_can_results_only_work_environments_actually_be.html)> Acesso em: 11 jun. 2015.

TAKAO, M., TAKAHASHI, S., & KITAMURA, M. *Addictive personality and problematic mobile phone use*. CyberPsychology & Behavior, v.12, No. 5, p. 501-507, 2009.

TAPSCOTT, Don. *Grown Up Digital: how the net generation is changing our world*. Nova Iorque: McGraw-Hill, 2009.

TELES, Ariel Soares. et al. *Redes Sociais Móveis: Conceitos, Aplicações e Aspectos de Segurança e Privacidade*. 2013. Disponível em: <<http://sbrc2013.unb.br/files/anais/minicursos/minicurso-2.pdf>> Acesso em: 7 maio. 2015.

WASSERMAN, S. e FAUST, K. *Social Network Analysis. Methods and Applications*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

WELLMAN, Barry. *Physical Place and Cyber Place: The Rise of Networked Individualism*. International Journal of Urban and Regional Research. v. 25. Ed. 2. Jun. 2001

WOLK, Alan. *Lots Of Potential: How 2nd Screen Will Transform Next Year's Oscars*. 2015. Disponível em: <<http://www.2ndscreenociety.com/blog/2015/02/24/lots-of-potential-how-2nd-screen-will-transform-next-years-oscars/>> Acesso em: 11 maio 2015.

YOUPIX. *8 revelações sobre o comportamento do jovem digital segundo o ibope*. Julho, 2013. Disponível em: <<http://youpix.virgula.uol.com.br/festival/8-revelacoes-sobre-o-comportamento-do-jovem-digital-segundo-o-ibope/>> Acesso em: 7 maio. 2015.